Ketika Pabrik Garmen, Tekstil dan Sepatu Relokasi

Syarif Arifin dan Alfian Al-Ayyubi Pelu



Ketika Pabrik Garmen, Tekstil dan Sepatu Relokasi

Syarif Arifin dan Alfian Al-Ayyubi Pelu

Published: November 24, 2018
https://majalahsedane.org/2018/11/28/when-garment-factory-textile-and-shoe-relocating/1919/kajian/



Buruh yang tergabung dalam Forum Komunikasi Pekerja Simongan (FKPS) menolak rencana relokasi 12 perusahaan yang ada di kawasan Simongan, di Semarang, Jateng, Senin (17/3). Sumber: ANTARA FOTO/R. Rekotomo/Asf/nz/14.

Relokasi dan ekspansi pabrik bukan kejadian baru di Indonesia. Kecenderungan relokasi pabrik juga melanda beberapa negara di Asia Tenggara dan selatan, bahkan berlangsung sejak 1970-an. Tentu saja, pendirian pabrik Unilever dan Philips di zaman Belanda merupakan satu bagian dari ekspansi.

Relokasi dan ekspansi merupakan strategi memaksimalkan keuntungan dengan menekan biaya produksi. Jenis biaya produksi yang ditekan bisa ongkos logistik, transportasi, atau upah buruh.

Dalam konteks industri garmen, tekstil dan sepatu, relokasi merupakan pemindahan pabrik ke wilayah yang relatif baru dengan mempertahankan nama lama atau menggunakan nama baru. Pabrik lama ditutup. Cara penutupannya ada yang dilakukan tanpa pemberitahuan dan ada yang dilakukan secara bertahap. Dalam pemindahan tersebut, perusahaan membawa mesin, bahan baku yang tersisa, dan seperangkat manajemen. Meninggalkan buruh, serikat buruh dan praktik pemenuhan hak buruhnya.

PT Kahoindah Citragarment 2 Bekasi menutup pabriknya dan meneruskan produksinya di KBN Cakung, pada Oktober 2018. Buruh, serikat buruhnya ditinggalkan dan pengelolaan hak buruh mengikuti mekanisme di KBN Cakung. Sementara PT Dada Indonesia Purwakarta menutup pabrik dengan tiba-tiba setelah membuka pabrik baru, PT Laspo, di Boyolali.

Selain relokasi, ada pula ekspansi alias perluasan usaha di bidang yang sama di tempat atau wilayah lain. Dengan mempertahankan nama yang sama atau nama lain. Seperti PT Pan Brothers Tbk membuka pabrik baru di Boyolali Jawa Tengah dengan nama PT Eco Smart Garment Indonesia. PT Molax International Cakung dan PT Daihan Global Bogor membuka pabrik baru dengan nama yang sama di Sukabumi.

Ekspansi bisa juga dilakukan dengan membuka membuka usaha usaha lain, dengan membuka usaha baru atau dalam bentuk penanaman saham. Seperti PT Astra International membuat PT Astra Infra untuk berbisnis jalan tol dengan menguasai enam ruas jalan tol, yaitu Tol Tangerang-Merak, Jombang-Mojokerto, Kunciran-Serpong, Semarang-Solo, Serpong Balaraja dan Cikopo-Palimanan. Mitsubishi UFJ Financial Group mencaplok 40 persen saham PT Bank Danamon, pada Agustus 2018.

Dalam praktik relokasi dan ekspansi, manajemen membawa pengalaman 'penaklukan buruh' di pabrik sebelumnya. Terkadang, beberapa buruh, terutama *leader* diajak untuk memberikan *training* di pabrik yang baru. Bersamaan dengan pengoperasian pabrik baru, jumlah buruh di pabrik lama dikurangi secara bertahap atau hak-hak buruhnya dipreteli. Alasan yang biasa dikemukakan, perusahaan sedang melakukan efisiensi.

Lima tahun terakhir, relokasi dan ekspansi mencuat di industri garmen, tekstil dan sepatu. Rata-rata pabrik-pabrik tersebut memproduksi merek-merek yang dijual di mancanegara, seperti The North Face, Adidas, Nike, yang disebut dengan *brand* atau *buyer* alias pemilik merek. Para pemilik merek memesan barang kepada pabrik melalui induk usahanya. Induk usahanya berupa grup perusahaan yang menguasai pabrik di beberapa negara.

Dalam konteks industri garmen dan sepatu, di mana bahan baku dan mesin bersifat impor serta barang bergantung pesanan pemilik merek (*buyer*), ekspansi dan relokasi tidak murni pertimbangan bisnis. Inovasi teknologi, di mana desain barang tidak lagi bergantung musim, mendorong peningkatan produksi. Barang harus diselesaikan tepat waktu dengan jumlah meningkat, sementara biaya produksi tidak berubah. Para pemilik merek dapat memutuskan pengurangan, bahkan pencabut order dengan pertimbangannya sendiri.

Sebagai industri padat tenaga kerja yang hanya bersedia mempekerjakan perempuan, relokasi dan ekspansi menimbulkan pemecatan massal, penurunan kualitas hidup buruh, dan terkadang disertai dengan demonstrasi buruh yang tidak rela hak-haknya ditangguhkan terus menerus. Tidak sedikit buruh kehilangan pekerjaan tanpa mendapat kompensasi atau mendapatkan kompensasi dengan tidak adil. Sebagian kecil para buruh perempuan yang sudah dipecat masih berkesempatan mendapat pekerjaan baru di tempat lain. Tapi, kebanyakan tidak bekerja lagi, karena usia kerja semakin dibatasi. Ketika praktik relokasi dan ekspansi berlangsung, perempuan-lah yang menanggung derita tersebut.

Dalam cerita relokasi dan ekspansi pabrik, seringkali buruh dipersalahkan karena terlalu sering demonstrasi atau menuntut kenaikan upah minimum yang terlalu tinggi. Namun, perhatian seksama memperlihatkan bahwa keseluruhan relokasi dan ekspansi berkaitan dengan wilayah yang sudah bertahun-tahun dimanfaatkan untuk kepentingan industri.

Sementara kapasitas produksi berubah dan meningkat, daya dukung wilayah bersifat tetap bahkan menurun. Daya dukung wilayah tersebut diperlihatkan dengan banjir musiman, kebakaran, ketersediaan air tanah, penurunan pasokan listrik dan harga tanah yang meningkat.

Relokasi dan ekspansi pabrik merupakan tindakan yang sah secara hukum. Pemerintah pun mendukung praktik tersebut. Jenis dukungannya, dari kemudahan mendirikan pabrik, keamanan, dan tentu saja tidak perlu mempersoalkan bahwa perusahaan merelokasi pabrik sedang bermasalah dengan buruh yang ditinggalkannya.

Relokasi merupakan reorganisasi ruang (pengaturan dan pembongkaran kembali ruang-ruang produksi baru dan juga lama), yang dilakukan terus-menerus oleh kapital dan negara dengan maksud melipatgandakan keuntungan serta menghindari kerugian. Keuntungan itu pada dasarnya diperoleh dari privatisasi tanah dan sumber daya alam, pemisahan antara penghasil dan pemilik barang, dan eksploitasi tenaga kerja untuk menghasilkan barang dagangan yang bernilai tambah (Fauzi, 2015:36). David Harvey menyebut kemampuan kapital dalam menciptakan ruang produksi baru dan akumulasi baru untuk menyelamatkan diri dari krisis yang diciptakanya sendiri itu dengan istilah *spatio-temporal fix.*

Relokasi dan ekspansi pabrik tidak hanya menyengsarakan buruh. Serikat buruh pun kena batunya. Rerata serikat buruh keanggotaanya berdasarkan ikatan kerja pada perusahaan. Ketika buruh dipecat atau perusahaannya tutup, praktis keanggotaan serikat buruh hilang. Dalam konstitusi serikat buruh dapat saja dikatakan bahwa masa keanggotaan berakhir pada saat mengundurkan diri, dipecat atau meninggal dunia. Nyatanya, setelah masa kerja di sebuah perusahaan berakhir, ikatan keanggotaan pun lenyap.

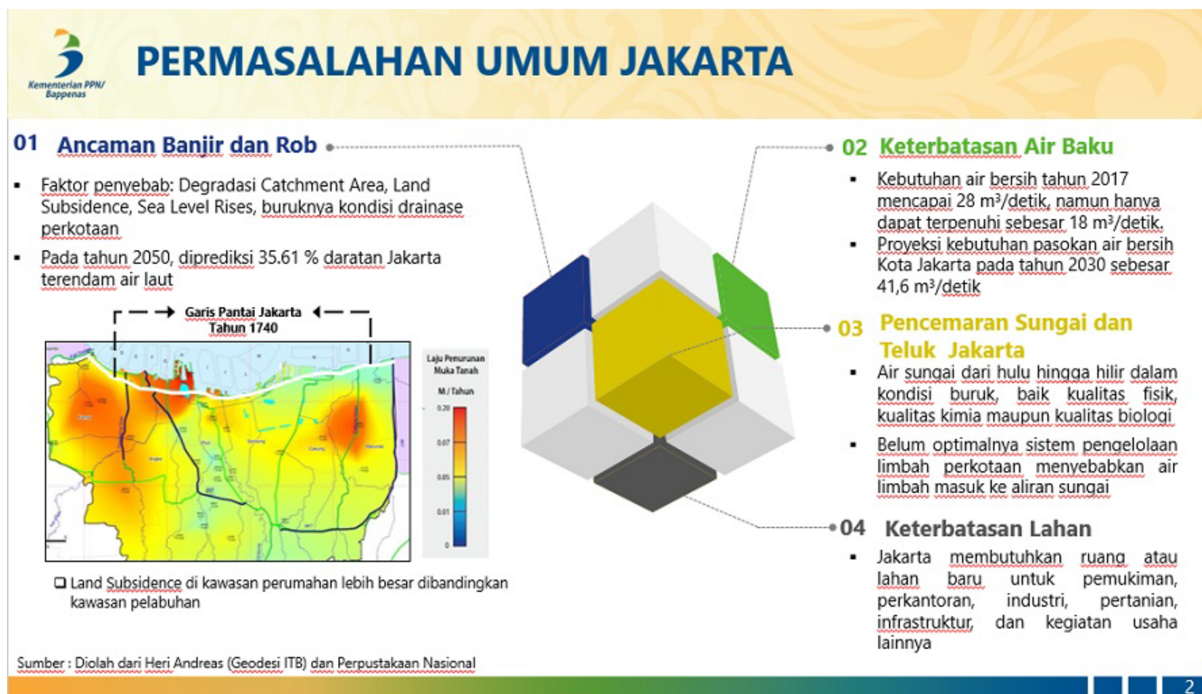
Menghadapi praktik relokasi atau ekspansi tidak mudah. Hampir seluruh sumber daya dikerahkan; demonstrasi, menggalang solidaritas hingga berurusan dengan pemerintah dan pengadilan. Terkadang advokasi kasus pemecatan yang berkaitan dengan relokasi dan ekspansi tidak berjalan sesuai harapan. Dua serikat buruh yang memproses pemecatan akibat relokasi dikalahkan di Pengadilan Hubungan Industrial (PHI). PHI memutuskan bahwa buruh dan perusahaan sudah 'tidak harmonis'. Buruh hanya menerima kompensasi satu kali ketentuan dari peraturan mengenai kompensasi.

Ada banyak serikat buruh menempuh cara lain. Ada yang mempailitkan perusahaan dan melelang barang-barang yang tersisa berupa mesin dan bahan baku. Kendalanya, seringkali mesin yang ditinggalkan tidak memiliki nilai jual atau sudah diagunkan kepada bank. Sehingga hasil penjualan barang yang tersisa tidak sebanding dengan periode mempersoalkan kasus.

Cara lainnya adalah menggerakan jaringan internasional untuk menagih tanggung jawab pemesan barang alias *brand*. Metode ini tidak populer meski sudah dimulai sejak 1990-an. Dengan asumsi bahwa jaringan internasional memiliki daya pukul lebih hebat dan dapat menjangkau pemilik merek. Kesenjangan bahasa menjadi salah satu penghambat metode kampanye internasional. Namun, seringkali upaya mengajak jaringan internasional pun mengabaikan penguatan-penguatan internal di serikat buruh. Dalam kasus-kasus besar seperti pemecatan massal, kadang metode kampanye internasional harus menempuh waktu yang lebih lama, sementara energi bertahan terus menurun.

Di tempat lain, upaya melawan relokasi dan ekspansi berlangsung. Ada jaringan yang memaksa badan-badan internasional semisal Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) membuat konvensi baru mengenai tanggung jawab para pemilik merek dan memperluas makna tempat kerja bukan sekadar pabrik. Ada pula jaringan serikat buruh 'No Chains', yang berupaya mengelola pabrik yang ditinggalkan pengusahanya dan memaksa negara mendukung upaya pengelolaan pabrik tersebut. Dua upaya tersebut hanya mungkin jika pemahaman mengenai kerja dan hubungan kerja tidak melulu berada di pabrik dan semata hanya hubungan buruh dengan manajemen perusahaan.

Relokasi: Memburu Air Melimpah, Tanah Murah dan Buruh Patuh



Pembangunan kawasan berikat berbasis eksport (*export processing zone*/EPZ) berlangsung selama kurun boom minyak (1976 – 1981). EPZ merupakan penanda utama peralihan kebijakan ekonomi di Indonesia. Peralihan strategi industri dari subtitusi impor menjadi berorientasi ekspor. Kawasan berikat menawarkan kemudahan berinvestasi seperti keringanan pajak, proses perizinan yang serba mudah dan cepat, serta ketersediaan jaringan infrastruktur yang baik untuk memperlancar proses produksi, logistik, dan transportasi.

Kemudahan-kemudahan itu bahkan telah digaransi dengan kebijakan upah murah dan praktik penangguhan upah. Kebijakan upah minimum yang berlaku saat ini secara efektif telah diterapkan sejak 1980. Pada akhir 1980-an, pemerintah menggulirkan kebijakan upah minimum sebagai sebagai salah satu strategi menarik masuknya investasi asing ke dalam negeri melalui kebijakan upah murah.Pada akhir 1980-an, pemerintah menggulirkan kebijakan upah minimum sebagai sebagai salah satu strategi menarik investasi asing ke dalam negeri melalui kebijakan upah murah. Sampai sekarang, sebagian besar kawasan berikat di Indonesia dihuni oleh perusahaan-perusahaan manufaktur padat karya, khususnya sektor garmen, tekstil, sepatu, makanan, minuman, dan elektronik rakitan.

KBN Cakung merupakan satu dari kawasan berikat yang dikelola PT KBN (Kawasan Berikat Nusantara) yang berdiri pada 1986. Mulanya Cakung merupakan salah satu kawasan berikat terbesar di Indonesia. Secara spasial, KBN Cakung dihubungkan dengan jalan tol dan pelabuhan utama Tanjung Priok, kawasan berikat dan pergudangan Marunda, serta dengan kawasan-kawasan berikat industri ekspor dan padat buruh di Bekasi, Depok, Bogor, Karawang, dan Purwakarta.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu DKI Jakarta menyebutkan, dengan luas 176,7 hektare, Cakung disewa oleh 104 investor, dengan 15 investor di antaranya bergerak di sektor pergudangan, dan 34 investor untuk usaha jasa lainnya, dan sisanya untuk pabrik pengolahan. Tidak terdapat data yang memadai—yang dapat diakses publik—

mengenai daya tampung KBN Cakung dan berapa persisnya jumlah pabrik yang beroperasi. Namun hasil investigasi yang dikumpulkan oleh salah satu serikat buruh, Federasi Buruh Lintas Pabrik (FBLP) pada 2014, menyebutkan bahwa kapasitas KBN Cakung dapat menampung kurang lebih 130 pabrik. Dalam data lain, pada 2013, tercatat lebih 90 pabrik beroperasi dan lebih dari 70.000 buruh bekerja memproduksi pakaian mahal dan diekspor ke mancanegara, seperti GAP, Zara, Adidas, dan H&M.

Pada 2015 ketika melakukan penelitian di KBN Cakung, saya menyaksikan kawasan tersebut ramai dipadati buruh-buruh perempuan muda. Saat jam makan siang, para buruh tumpah ke jalan-jalan kecil antarpabrik, menyerobot makanan yang dijajakan penjual. Kebanyakan pabrik di KBN Cakung tidak memiliki kantin yang memadai. Sementara kantin yang disediakan pengelola KBN relatif jauh, yang tidak memungkinkan ditempuh dengan sisa tenaga setelah bekerja. Lagi pula, dengan sistem kerja 'target produksi' meski rata-rata waktu istirahat kerja 1 jam, nyatanya hanya terealisasi 30 menit

Sebagai kawasan yang dikelola Pemerintah Daerah DKI Jakarta, KBN Cakung menerima pasokan air, listrik, jaringan jalan, pembuangan limbah, dan telekomunikasi yang disediakan oleh negara. PLN menyediakan pasokan listrik 233 KVA per unit pabrik untuk seluruh kawasan yang dikelola PT KBN. PDAM menyediakan pasokan air bersih sebanyak 23.000 m^3 per bulan untuk keperluan di pabrik maupun rumah tangga. Barangkali karena pasokan air dan listrinya rendah, rerata pabrik di Cakung hanya satu shift kerja.

Juli 2018, salah satu pengurus serikat buruh di Cakung menyebutkan bahwa setiap jam 5 sore listrik di pabrik dimatikan. Toilet di pabrik pun sering kekurangan air bersih. Lima bulan sebelumnya, sebuah pabrik kebakaran. Pada 2008 pun, Cakung dikenai gilir pemadaman listrik selama dua jam dari PLN. Tidak hanya itu. Jaringan jalan di sekitar Cakung pun rusak dan macet. Jika banjir, pabrik, mesin, dan bahan baku terendam air. Buruh diliburkan. Para pemilik usaha garmen merasa rugi, karena target produksi dan jam kerja terganggu. Kesempatannya tiba. Pada 2010-2013, para buruh di Jabodetabek mendeklarasikan perlawanan terhadap upah murah dan buruh *outsourcing*: melakukan mogok kawasan menuntut kenaikan upah upah minimum dan menuntut penghapusan buruh kontrak dan *outsourcing*. Pada 2013, upah minimum DKI Jakarta naik 40 persen. Apindo mengancam akan mengganti buruh dengan robot dan merelokasi pabrik ke luar negeri.

Pertengahan 2018, ketika berkesempatan datang lagi ke KBN Cakung, saya tidak menjumpai suasana padat dan ramai seperti dulu. Kerumunan dan desak-desakan di jalan-jalan kecil kawasan yang biasa tercipta saat jam masuk, istirahat, dan jam pulang kerja, terlihat lengang. Gerbang belakang KBN Cakung yang biasanya dipenuhi ojek, angkot KBN, serta para pedagang pasar, tidak lagi riuh. Banyak pintu pabrik tutup dan lingkungannya tidak terurus.

Keadaan yang mulai sepi di KBN Cakung berkaitan dengan relokasi (dan ekspansi) pabrik. Beberapa buruh dan pengurus serikat buruh yang memiliki basis keanggotaan di Cakung mengatakan saat ini kurang lebih hanya 30 pabrik saja yang beroperasi. Beberapa perusahaan di KBN Cakung dilaporkan telah melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap buruhnya dengan alasan sepi order atau efisiensi.

Bukan hanya KBN Cakung, relokasi dan ekspansi juga dilakukan oleh pabrik-pabrik garmen tekstil dan sepatu yang dibentuk pada periode 1980-an lainnya, seperti Bogor, Bekasi, Purwakarta, Tangerang, Serang, Bekasi, Bandung, Gresik, Surabaya dan Batam. Sasaran relokasi dan ekspansi adalah wilayah baru, di sekitar Jawa Barat (Majalengka, Cirebon,

Sukabumi, Cianjur, Subang), Jawa Tengah (Sukaharjo, Boyolali, Seragen, Jepara), Jawa Timur (Jombang, Ngawi, Pasuruan). Ciri utamanya, daerah-daerah tujuan relokasi serikat buruh belum terbentuk dan upah minimumnya setengah dari Jabodetabek. Fakta yang tidak dapat dihindari bahwa penentuan lokasi pindah berdasarkan pertimbangan lain yaitu, dukungan fasilitas dari pemerintah, ketersediaan air, tenaga kerja dan harga tanah yang murah.

Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) menyebut terdapat 90 pabrik dari kawasan industri di Jabodetabek memutuskan relokasi ke Jawa Tengah sejak 2013. Sementara Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) pada 2015 menyebutkan 47 pabrik dari Jawa Barat dan Banten melakukan relokasi ke daerah Jawa Tengah. Pada 2016, 5 perusahaan padat karya pindah dari Gresik ke Lamongan.

Tabel 1: 20 Perusahaan Relokasi dan Ekspansi di Jabotabek Sejak 2015

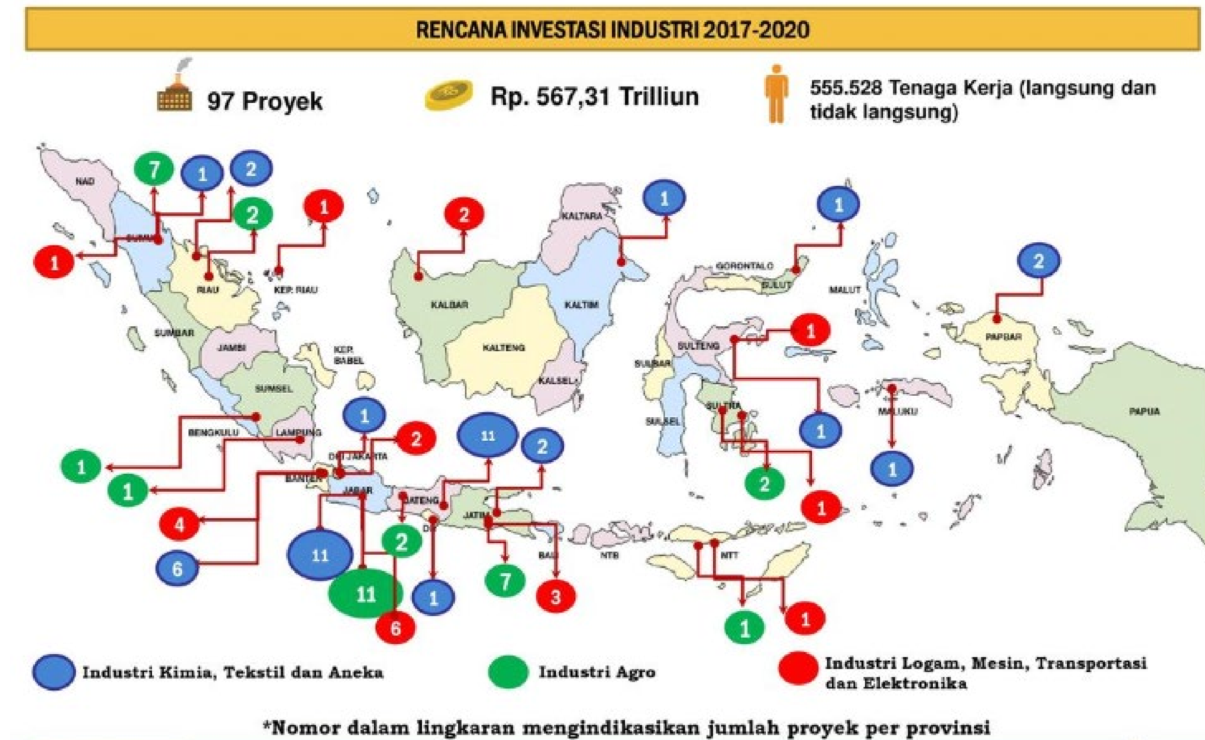
No	Nama Perusahaan	Daerah Asal	Daerah Tujuan	Sektor
1	PT Muara Krakatau	Kab. Bogor	Kab. Semarang dan Sukabumi	Garmen
2	PT Liebra Permana	Kab. Bogor	Kab. Majalengka dan Kab. Semarang	Garmen
3	PT Citra Abadi Sejati	Kab. Bogor	Kab. Semarang	Garmen
4	PT Sahabat Unggul Internasional	Kota Bogor	Kab. Semarang	Garmen
5	PT Tainan	Cakung, Jakarta	Kab. Cianjur dan Solo	Garmen
6	PT Sungintex	Kota Bekasi	Kota Semarang	Garmen
7	PT Misung	Cakung, Jakarta	Kab. Banjarnegara	Tekstil/Sintetik
8	PT Parkland World Ind.	Kab. Serang	Kab. Jepara	Alas Kaki
9	PT Beesco Footwear	Kab. Serang	Kab. Jepara	Alas Kaki
10	PT Nikomas Gemilang	Kab. Serang	Kab. Cianjur dan Sukabumi	Alas Kaki
11	PT KMK Global Sport	Kab. Tangerang	Kota Salatiga	Alas Kaki
12	PT Hansai	Cakung, Jakarta	Kota Semarang	Alas Kaki
13	PT Panarub Dwikarya Benoa	Kota Tangerang	Kab. Brebes	Alas Kaki
14	PT Asia Dwimitra Industri (Shoetown Grup)	Kab. Tangerang	Kab. Majalengka dan Subang	Alas Kaki
15	PT Putra Indonesia	Kab. Bogor	Wonogiri	Garmen
16	PT Pan Brothers Grup	Kota Tangerang	Boyolali	Garmen
17	PT Wintay	Kab. Bandung	Majalengka	Alas Kaki
18	PT Kahoindah Citragarment 2	Kab. Bekasi	KBN Cakung	Garmen
19	PT Gistex	Bandung	Majalengka	Alas Kaki

20	PT Dada Indonesia	Purwakarta	Boyolali	Garmen

Data dikumpulkan dari berbagai sumber. Dimulai 2015

Sejauh yang dapat dicatat (lihat tabel 1), relokasi dan ekspansi dilakukan oleh perusahaan-perusahaan padat tenaga kerja dengan mayoritas buruh perempuan. Umumnya, perusahaan-perusahaan tersebut merupakan pemasok untuk merek-merek internasional, seperti Nike, Adidas, Puma, Uniqlo, H&M, The North Face, Tommy Hilfiger, JC Penney, GAP, dan merek-merek internasional lainnya. Beragam merek tersohor tersebut sebetulnya dimiliki oleh grup pemegang merek yang menguasai jaringan ritel di berbagai belahan dunia.

Fakta di Balik Relokasi dan Ekspansi Pabrik Garmen



Relokasi dan ekspansi pabrik dapat dilakukan oleh perusahaan pemilik merek atau pemberi order maupun perusahaan pemasok alias pembuat order. Para pemilik merek dapat memindahkan pesanan produksinya dari satu agen ke agen yang lain, yang disebut dengan pemasok. Perusahaan-perusahaan pemegang merek, sebetulnya tidak memiliki basis produksi, dalam arti memiliki pabrik. Mereka hanya terlibat pada usaha riset dan desain, sementara proses manufakturnya dipecah-pecah kepada perusahaan-perusahaan pemasok. Dalam pengertian ini, perusahaan pemegang merek memberi order pekerjaan atas jenis barang tertentu dalam waktu tertentu kepada perusahaan pemasok.

Begitu pun untuk perusahaan pemasok, mereka dapat melakukan relokasi pabriknya ke wilayah-wilayah industri di dalam satu negara atau secara lintas negara. Perusahaan-perusahaan pemasok umumnya berbentuk grup usaha. Biasanya, grup usaha tersebut menerima pesanan dari dari merek-merek lain pula. Misalnya, Hojeon Group, berkedudukan di Korea Selatan, menerima pesanan Nike, Under Armour, Adidas, The North Face, Athleta, Majestic, Vf, Oakley, Swix, Fanatic, Berghaus, Bauer, Salomon, Ulvine, Kjus. Pesanan barang dikerjakan di pabrik-pabrik yang dimiliki Hojeon yang tersebar di Indonesia dan Vietnam. Contoh lainnya, PT Dada, berkedudukan di Korea Selatan. Pabriknya tersebar di Indonesia, Bangladesh dan Vietnam. Pemesannya terdiri dari Puma, Tommy Hilfiger, CCM, Nike, Adidas, Under Armour, Forty Seven, American Needle, Billabong, Columbia, Costa, GAP, Hurley, Kenzo, Mitcell&Ness, Skechers.

Berikut merupakan kondisi-kondisi yang memungkinkan relokasi dan ekspansi pabrik padat karya. *Pertama,* adalah upah murah. Relokasi dengan pertimbangan perbedaan upah ini dapat menekan ongkos produksi dalam jumlah besar, dan bahkan disebut mendongkrak nilai ekspor. Terdapat selisih upah yang cukup besar di daerah-daerah basis industri lama dengan daerah-daerah yang menjadi basis industri baru.

Dengan disahkannya Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2015 tentang Pengupahan, kenaikan upah minimum dari tahun ke tahun dapat diprediksi. Dalam PP 78, survei harga barang dagangan dalam komponen kebutuhan hidup layak (KHL) yang mesti dilakukan dewan pengupahan sebagai salah satu acuan dalam penentuan kenaikan upah minimum, dihapus. Formula penentuan upah cukup didasarkan pada upah berjalan, asumsi inflasi dan pertumbuhan ekonomi nasional. Data inflasi dan pertumbuhan ekonomi nasional ditentukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Padahal, dengan melakukan survei pasar, harga barang dan jasa yang termasuk dalam item KHL dapat diketahui pasti kenaikan riilnya. Secara politik, PP 78 juga menutup peran serikat buruh dalam pertarungan pembahasan kenaikan upah di dewan pengupahan, serta pertarungan serikat buruh di jalanan—dengan melakukan demonstrasi di kawasan-kawasan industri dan kantor pemerintahan—untuk menekan keputusan kenaikan upah minimum.

Tabel 2: Perbandingan Upah di Daerah Industri Lama dan Baru

Tahun	***Daerah Industri Lama***					
	Kota Tangerang	*DKI Jakarta*	*Kab. Bogor*	*Kota Bekasi*	*Kab. Karawang*	*Kab. Bandung*
2014	Rp 2.444.301	Rp 2.441.000	2.242.240	Rp 2.441.954	Rp 2.447.450	Rp 1.735.473
2015	2.730.000	2.700.000	2.655.000	2.954.031	2.957.450	2.041.000
2016	3.043.950	3.100.000	2.960.325	3.327.160	3.330.505	2.275.715
2017	3.295.075	3.355.750	3.204.551	3.601.650	3.605.272	2.463.461
2018	3.582.076	3.648.035	3.483.667	3.915.353	3.919.291	2.678.028
Tahun	***Daerah Industri Baru***					
	Kab. Boyolali	*Kab. Demak*	*Kab. Jepara*	*Kab. Semarang*	*Kab. Kendal*	*Kab. Majalengka*
2014	Rp 1.116.000	Rp 1.280.000	Rp 1.000.000	Rp 1.208.000	Rp 1.206.000	Rp 1.000.000
2015	1.197.800	1.535.000	1.150.000	1.419.000	1.383.450	1.264.000
2016	1.403.500	1.745.000	1.350.000	1.610.000	1.639.600	1.409.360
2017	1.519.289	1.900.000	1.600.000	1.745.000	1.774.867	1.525.632
2018	1.651.619	2.065.490	1.739.360	1.900.000	1.929.458	1.658.514

Data dikumpulkan dari berbagai sumber.

Di lokasi industri baru di mana gerakan buruh lemah dalam mendesakan kepentingannya, situasi tersebut makin menguntungkan negara dan kapital. Bahkan kini telah muncul bentuk-bentuk kebijakan baru pengupahan yang tidak lain merupakan akal-akalan hukum untuk membayarkan upah buruh lebih murah. Di Bojonegoro ada kebijakan upah perdesaan, di Sumedang ada kebijakan upah kecamatan. Juga belum lama berselang Pemerintah Jawa Barat secara semena-mena menetapkan upah padat karya yang kemudian digugat oleh perwakilan serikat buruh di Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN). Atas nama menarik investasi, pemerintah di daerah industri baru berlomba menekan upah agar semakin murah (*race to the bottom*).

Kedua, tanah murah dan air bersih melimpah. Macet harian, banjir musiman, dan gejolak hubungan industrial dianggap sebagai hambatan bagi aktivitas ekonomi. Kapital kemudian

memilih ‘angkat kaki’ dari kawasan-kawasan industri tersebut dengan meninggalkan sejumlah problem sosial yang sudah kronis. Tapi tentu kawasan-kawasan industri lama tidak akan ditinggalkan sepenuhnya. Kawasan industri lama akan diatur ulang untuk melancarkan kembali akumulasi keuntungan yang tersumbat. KBN Cakung misalnya, dengan melihat proyeksi industri dan kebutuhan ruang ke depan, akan dijadikan kawasan pergudangan. Hal ini untuk mengantisipasi naiknya aktivitas dan volume bongkar muat di pelabuhan Tanjung Priok yang mengalami perluasan terus menerus beberapa tahun mendatang dan digadangkan menjadi pelabuhan terbesar di Asia.

Daerah-daerah yang telah lama dieksploitasi untuk kepentingan industri semakin tidak memungkinkan melayani aktivitas produksi yang mengikuti tren *fast fashion*. Ketersediaan air terus menyusut dan mahal serta harga tanah yang terus meningkat. Kabupaten Tangerang misalnya, sebagai salah satu wilayah tua produksi pakaian dan sepatu, telah mengalami titik kritis ketersediaan air tanah. Dengan metode Cekungan Air Tanah, pada 2033 diperkirakan air tanah hanya tersedia sebesar 383,26 juta m^3 sementara kebutuhan air industri sebesar 280,32 Juta m^3. Jika menggunakan metode hidrogeologi, pada 2013, hanya tersedia 7,56 Juta m^3, sementara industri membutuhkan 115,53 Juta m^3 (Pratiknyo, 2016). Air yang tersedia dan cukup memadai hanya air permukaan yang telah bercampur dengan limbah pembuangan industri.

Ketiga, ketersediaan listrik, jalan tol dan pergudangan. Daerah-daerah di Jawa Tengah, Jawa Barat dan Jawa Timur yang menjadi tujuan relokasi telah dibangun kawasan berikat berorientasi ekspor. Daerah-daerah ini pun telah terhubung dengan jalan tol trans Jawa, sejumlah pelabuhan laut, serta ketersediaan pasokan listrik. Apalagi proyek-proyek infrastruktur makin digalakan dengan target membuka sejumlah kawasan khusus berbasis ekspor di berbagai daerah di luar Jawa yang rata-rata upahnya relatif rendah dari daerah-daerah di Pulau Jawa.

Keempat, dukungan pemerintah dan struktur hukum. Diakuinya hak *lockout* dan memecat buruh dengan alasan efisiensi bagi perusahaan dan hubungan kerja yang fleksibel merupakan kondisi-kondisi yang memudahkan perusahaan hengkang. Per 2009, hampir setiap daerah membuka kawasan industri serta menawarkan pelayanan cepat dan kemudahan perizinan usaha. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2009 menegaskan bahwa setiap industri wajib di dalam kawasan industri. Melalui peraturan tersebut, pemerintah menjamin jaringan energi, listrik, telekomunikasi, sumber air, sanitasi, dan jaringan transportasi (Pasal 62 Ayat 3). Perusahaan-perusahaan yang membuka pabrik di kawasan industri tidak memerlukan izin lokasi, izin gangguan, maupun analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal). Pemerintah pun berjanji akan memberikan insentif bagi industri yang memindahkan pabriknya ke daerah yang upahnya lebih rendah.

Dua serikat buruh di Cimahi dan di Bekasi pernah mengajukan kasus pemecatan akibat relokasi perusahaan dengan tawaran satu kali dari ketentuan kompensasi. Pengadilan Hubungan Industrial (PHI) mengeluarkan keputusan bahwa buruh dan pengusaha sudah tidak harmonis. Jumlah kompensasi yang diputuskan PHI sesuai dengan jumlah yang diajukan pengusaha.

Relokasi dan ekspansi pabrik dimungkinkan oleh kebijakan politik deregulasi atas peraturan-peraturan hukum yang membatasi gerak dan mobilitas kapital. Seperti deregulasi atas izin lingkungan, perpajakan, dan peraturan hukum ketenagakerjaan. Kebijakan politik deregulasi ini menghadiahkan kebebasan kepada kapital berpindah mencari ruang-ruang produksi baru

tanpa hambatan. Serta mendorong perluasaan agenda fleksibilisasi pasar tenaga kerja. Di lokasi-lokasi baru, perusahaan memiliki keleluasaan merekrut dan memecat buruh. Ini artinya relokasi pabrik menuju situs-situs produksi baru tidak dapat berjalan sempurna di tengah pasar tenaga kerja yang kaku dan proburuh.

Kelima, inovasi teknologi. *Fast fashion, speed factory, manufacturing revolution*, merupakan istilah yang berkembang dalam lima tahun terakhir. Desain produksi pakaian maupun sepatu tidak lagi bergantung musim. Dengan ketersediaan jaringan internet, desain dan pemesanan barang dapat dilakukan dengan hitungan detik. Dengan mesin-mesin otomatis barang dapat diproduksi dengan cepat dalam jumlah massal. Tidak ada lagi waktu dan sisa bahan yang terbuang, termasuk waktu istirahat, beribadah atau sekadar ke toilet. Semuanya diabdikan untuk produksi barang. Dalam konteks itulah pemegang merek maupun pemasok dapat memindahkan produksi sesukanya.

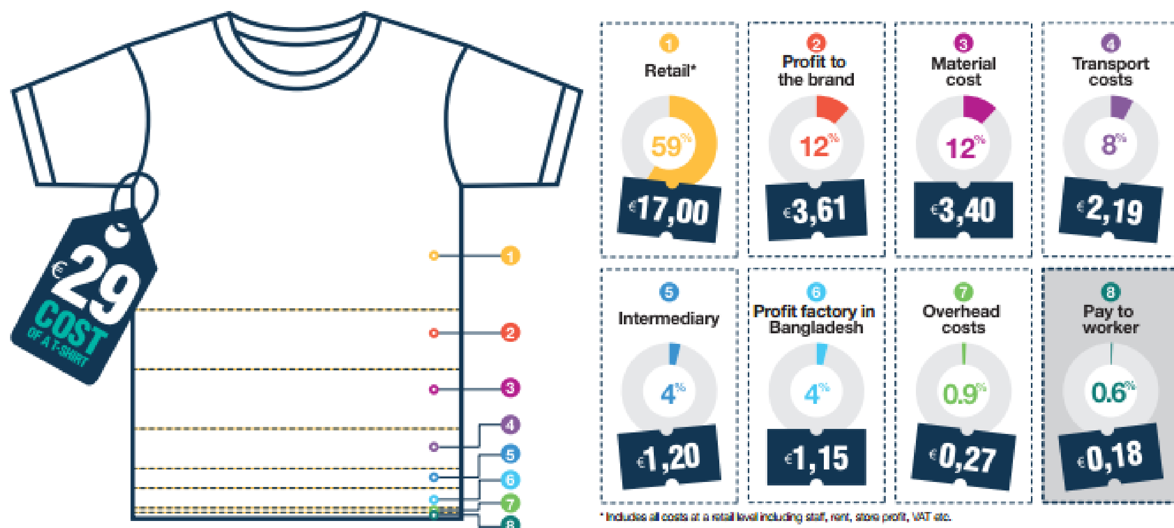
Dalam cerita relokasi maupun ekspansi, praktik yang cukup menonjol adalah peningkatan kapasitas produksi dengan menekan hak-hak buruh. Per 2017, Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan ekspor garmen tumbuh 9,89 persen dari tahun sebelumnya. Angka tersebut merupakan yang terbesar dalam 18 tahun terakhir. Peningkatan ekspor terjadi pula pada produksi sepatu. Ekspor sepatu dari Indonesia menduduki posisi ke-5 di dunia. Kementrian Perindustrian menyebutkan bahwa pertumbuhan ekspor sepatu Indonesia melebihi pertumbuhan ekspor dunia.

Keenam, menguatnya gerakan buruh di daerah/kawasan industri yang lama. Daerah/kawasan industri di Jabodetabek merupakan daerah dengan jumlah buruh yang banyak, serta tingkat berserikat yang juga tinggi. Beberapa pencapaian aksi jalanan gerakan buruh dalam menantang kapital dan pemerintah terjadi di kawasan industri di daerah-daerah ini. Peristiwa-peristiwa “peperangan terbuka” melawan kapital dan negara seperti grebek pabrik, mogok kawasan, mogok nasional I, II, dan III, blokade jalan tol, memaksa kapital dan negara untuk memenuhi sejumlah tuntutan buruh. Menguatnya gerakan buruh kemudian memaksa kapital dan negara mencari strategi baru untuk melakukan serangan balik dan penundukan atas serikat. Relokasi dan ekspansi adalah salah satu bentuk serangan balik yang dilancarkan oleh kapital dan negara.

Protes buruh yang berulang-ulang dengan metode yang beragam dapat dibaca terbalik. Para pengusaha merasa dipermalukan dengan tuntutan buruh. Ternyata, tuntutan buruh tidak jauh dari persoalan normatif alias hak dasar yang mesti dipenuhi pengusaha. Atau, seputar kenaikan upah layak. Ternyata para pengusaha yang bergelimang harta memiskinkan buruhnya.

Bentuk serangan balik yang lain adalah pemberian status objek vital nasional (obvitnas) kepada beberapa pabrik dan kawasan industri. Dengan memberikan status obvitnas, pengelola kawasan industri dengan sah dapat memanggil tentara atau polisi untuk terlibat menjaga proses produksi dan membubarkan unjuk rasa yang sah dari serikat buruh.

‘Ongkang-ongkang Kaki’ Para Pemilik Merek



Oktober 2018, PT Kahoindah Citragarment 2 merelokasi pabrik ke KBN Cakung, setelah Nike mencabut ordernya. PT Dada Indonesia menutup pabriknya setelah Adidas mencabut order. PT Dean Shoes Indonesia memecat 2000 buruh setelah Nike menghentikan ordernya. PT Nikomas Gemilang, pemasok sepatu Nike, membuka pabrik baru di Sukabumi dan Cianjur. Pemasok Adidas, Uniqlo, Zara, Billabong, PT Pan Brothers, membuka pabrik baru di Boyolali. Para buyer memesan barang lebih banyak kepada PT Nikomas Gemilang dan PT Pan Brothers.

Secara umum perusahaan pemegang merek memiliki posisi yang amat kuat dalam sistem rantai pasokan global. Keputusan perusahaan pemegang merek untuk memindahkan atau mengurangi order dapat memaksa perusahaan pemasok mengikutinya, bahkan tutup sama sekali. Contohnya, dua perusahaan merek olahraga terbesar, Adidas dan Nike, sejak tahun 2008 mulai memindahkan ordernya dari China ke Vietnam (juga ke Myanmar dan Kamboja) dengan volume order yang naik dari tahun ke tahun. Pemindahan order berakibat pada tutupnya perusahan-perusahaan pemasok kedua merek tersebut di China. Sementara di Indonesia, tersiar kabar bahwa Nike *apparel* mengurangi dan memindahkan pesanannya ke Vietnam dan Honduras.

Berbeda dengan merek produk semisal elektronik, makanan maupun otomotif, merek-merek pakaian dan sepatu internasional hanya menguasai jaringan toko. Jangkauan tokonya tersebar di berbagai negara. Melalui toko-toko itulah para pemilik merek terhubung dengan konsumen. Kini para pemilik merek pun membuka bisnis daring. Tak hanya itu. Para pemilik merek memiliki kontrak penjualan barang dengan universitas di Eropa dan Amerika Serikat atau klub-klub olahraga.

Tidak memproduksi barang tapi memiliki barang, bahkan nama barangnya populer. Dikenal seantero jagat sebagai produk berkualitas. Para pemilik merek, tidak direpotkan dengan pendirian dan pengoperasian pabrik. Tidak akan berhadapan dengan karang taruna yang menyodorkan proposal 17 Agustusan atau meminta tunjangan hari raya (THR). Terbebas dari

tekanan para buruh yang menuntut kenaikan upah minimum setiap tahun. Tidak khawatir mesin dan bahan baku terendam banjir.

Jika buruh protes karena mampu melihat keuntungan para pemilik merek dari pemasoknya, cukup mengatakan, ‘Kami tidak memiliki hubungan kerja dengan buruh yang bersangkutan’, atau bilang saja, ‘Kami telah menetapkan standar bahwa setiap *supplier* kami diwajibkan untuk mematuhi hukum di negaranya masing-masing’. Jawaban yang agak lengkap kurang lebih begini, ‘Kami memiliki program CSR (*Corporate Social Responsibility*), audit dan menyediakan ruang pengaduan berupa nomor telepon dan email untuk memastikan bahwa para pemasok barang memenuhi hak-hak para buruh. Jika ada muncul masalah berarti itu persoalan buruh dan manajemen pabrik yang bersangkutan’. Pemilik merek tidak peduli jika barangnya disubkontrakan ke pabrik lain atau dikerjakan oleh buruh-buruh rumahan.

Rerata para pemilik merek berkantor pusat di Eropa, Amerika Serikat dan Jepang. Barang-barangnya diproduksi di Asia. Barang-barang tersebut dipesan melalui grup pemasok di Korea Selatan, Taiwan, Singapura. Isi perjanjiannya tidak bersifat publik. Sulit diketahui berapa lama perjanjian dibuat dan berapa jumlahnya. *Buyer* memesan barang kepada pemilik pabrik; dalam jumlah tertentu, kualitas khusus, dan pada waktu yang telah ditentukan.

Grup-grup pemasok tersebut membagi pembuatan barangnya di pabrik-pabrik mereka, yang tersebar di Asia. Ketersediaan bahan baku, kebijakan upah murah dan tenaga kerja melimpah, yang mendorong para pemilik merek mengalihkan produksinya ke Asia. Pemilik merek turut diuntungkan dengan kesepakatan perdagangan internasional mengenai hak cipta dan kekayaan intelektual serta kesepatan-kesepakatan perdagangan regional atau bilateral yang mengatur pengurangan tarif bea impor.

Meski sulit diketahui, keuntungan produksinya dapat diperkirakan. Cara termudah adalah membandingkan harga-harga bermerek tersebut dengan upah minimum di sebuah daerah.

Berikut adalah salah satu perhitungan produksi sepatu Adidas yang dibuat oleh buruh di Tangerang.

Pada Januari-Juni 2012, buruh membuat sepatu Adidas berbagai model:
a. Model Predito LZ TRF, per 1 jam 140 pasang sepatu. Harga sepatu di pasaran Rp 750 ribu per pasang sampai Rp 1 juta per pasang. Bergantung jenis toko yang menjual.
b. Model Besulik Trainer, per 1 jam 150 pasang sepatu. Harga di pasaran sekitar Rp 500 ribu per pasang.
c. Model Core, per 1 jam 160 pasang sepatu. Harganya Rp 475 ribu per pasang.
d. Model Mali 10, per 1 jam 160 pasang sepatu. Harganya Rp 475 ribu per pasang.

Seandainya biaya produksinya sama, harga barang berbeda. Hal ini umum terjadi dalam mekanisme penjualan. Dari satu barang marjin keuntungannya tidak terlalu besar, tapi akan mendapat keuntungan lebih besar dari jenis barang lain. Misalnya,

Berbagai model sepatu Adidas di atas harganya target produksinya berbeda dan harganya bervariasi. Dengan sembarangan dapat dirata-ratakan. Target pembuatan sepatu per jam 150 pasang. Harga rata-ratanya berarti Rp 581,250.

Dalam sehari buruh bekerja 8 jam selama 22 hari sebulan. Jam lembur sengaja tidak dihitung. Berarti 150 x 8 x 22. Berarti dalam sebulan telah dibuat 26400 pasang sepatu.

Jika jumlah sepatu dikali harga rata-rata sepatu, berarti 26400 x Rp 581,250 = Rp 15,345,000,000. Ini adalah total harga sepatu di pasar dalam sebulan. Jika harga sepatu tersebut dikurangi dengan jumlah uang yang dikeluarkan untuk membayar upah minimum kepada buruh. Jumlah buruh 2000 orang. Saat itu di Kota Tangerang, pabrik sepatu termasuk dalam kategori upah sektoral dengan nilai Rp 1.680.000. Berarti, Rp 15,345,000,000 – (2000 x Rp 1.680.000). Hasilnya, Rp 11.985.000.000 per bulan. Itu baru satu bulan. Karena dibuat di periode Januari-Juni maka Rp 11.985.000.000 x 6 bulan = Rp 71.910.000.000 yang tidak diterima oleh pembuat sepatu.

Menurut Steve Bence, orang yang telah bekerja untuk Nike sejak 1977. Dari USD 100 sepasang sepatu Nike hanya mengalokasikan, USD 28.50 sebagai biaya produksi. Dari jumlah tersebut, 25 dolar untuk biaya pabrik dan tenaga kerja dan 1 dolar untuk biaya pengiriman. Berarti 2.50 dolar merupakan keuntungan pemasok. Sebanyak 15 dolar dialokasikan untuk biaya overhead kantor, 2 persen membayar pajak. Kemudian Nike mengambil keuntungan sebesar 4.50 dolar. Totalnya 50 dolar. Nike menjual kepada toko-toko pengecer sepatunya USD 50. Toko pengecer yang adalah milik Nike juga menghargakan sepatunya 100 dolar. Walhasil, Nike telah mengantongi keuntungan 54.50 dolar.

Beberapa merek yang beroperasi di Indonesia

Grup merek	**Merek operasional**	**Kantor pusat**
GIII Apparel Group	Andrew Marc	New York Amerika Serikat
	Calvin Klein	
	Cole Haan	
	DKNY	
	Dockers	
	Donna Karan New York	
	G.H Bass & Co	
	GIII Sports	
	Guess	
	Harley Davidson	
	Karl Lagerfeld Paris	
	Kensie	
	Marc New York	
	Tommy Hilfiger	
	Vilebrequin	
	Vince Camuto	
	Wilson Leather	
H&M Group	H&M	Swedia. Di Indonesia dipasok oleh 188 pabrik.
Fast Retailing	Uniqlo	Jepang

	Princesse tam tam	
	Compotoir Des Cotonniers	
	Theory	
	PLST	
	G.U.	
	Helmut Lang	
GAP Inc	GAP	Amerika Serikat
	Banana Republic	
	Old Navy	
	Athleta	
	Intermix	
Inditex	Zara	Spanyol.
	Pull&Bear	
	Massimo Dutti	
	Bershka	
	Stradivarius	
	Oysho	
	Zara Home	
	Uterque	
Adidas Group	Adidas	Jerman. Di Indonesia dibuat oleh 92 pabrik
	Reebok	
Nike Inc	Nike	Amerika Serikat. Di Indonesia dibuat oleh 38 perusahaan; 17 perusahaan untuk membuat pakaian, 5 perusahaan membuat peralatan, dan 16 perusahaan pembuat sepatu.
	Hurley	
	Converse	
	Jordan	

Pabrik Relokasi, Buruh Melawan



Blokade jalan umum oleh buruh perempuan PT Dada Indonesia, ketika pabrik menyatakan tutup, pada Oktober 2018. Foto: LIPS

Tiga bulan sebelum ditutup, pada Oktober 2018, PT Kahoindah Citragarment 2 Bekasi menawarkan kepada buruhnya untuk mengundurkan diri atau turut pindah ke KBN Cakung Jakarta. Dari 3000 orang, 90 persen perempuan. Dua serikat buruh di pabrik tersebut menolak tawaran dari perusahaan. Mereka menuntut bekerja di KBN Cakung tanpa perubahan hak atau diputus hubungan kerja dengan kompensasi yang adil.

Buruh mengetahui bahwa kompensasi melalui mekanisme pengunduran diri tersebut tidak masuk akal. Mereka sudah bekerja lebih dari sepuluh tahun. Setiap hari mereka membuat 1800 sampai 2000 potong pakaian jadi merek Nike. Demi pekerjaan, selama bekerja mereka selalu mengalah. Satu waktu, jika ada pemogokan di Bekasi, para buruh rela menjaga perusahaan supaya tidak di-*sweeping* oleh buruh lain untuk mogok. Di beberapa lini produksi, kelebihan jam kerja tidak pernah dipersoalkan.

Di tengah upaya berunding, mesin-mesin telah dipindahkan ke KBN Cakung. Perwakilan manajemen perusahaan 'bergerilya' kepada buruh agar menerima skema pengunduran diri. Tersebar informasi kabur, "Jika tidak menerima tawaran dari pengusaha, buruh tidak akan mendapat apa-apa", "Jika memproses kasus lewat pengadilan, akan lama dan belum tentu menang", dan semua bentuk tekanan lainnya. Satu per satu, buruh di PT Kahoindah Citragarment 2 menerima tawaran perusahaan. Ratusan buruh yang mencoba bertahan menuntut dipekerjakan atau menuntut kompensasi yang adil, tidak bertahan lama. Mereka menerima tawaran kompensasi sekehendak perusahaan. Pabrik pun tutup.

Kisah mirip dialami buruh PT Dada Indonesia, yang beroperasi sejak 1989. Di perusahaan garmen Purwakarta tersebut telah berdiri tiga serikat buruh. Akhir Oktober 2018, perusahaan tutup tanpa pemberitahuan. Sebanyak 1300 buruh diterlantarkan. Namun, sebelum menutup pabriknya, PT Dada Indonesia telah membuka pabrik baru di Jawa Tengah dan mengguhkan upah minimum 2017.

Jika dijumlahkan, buruh di PT Kahoindah 2 dan PT Dada Indonesia, 4300 orang kehilangan pekerjaan pada Oktober 2018. Hampir seluruhnya adalah perempuan dengan masa kerja puluhan tahun. Berarti empat serikat buruh yang memiliki basis di dua perusahaan tersebut kehilangan anggotanya.

Dalam lima tahun terakhir, perusahaan garmen, sepatu, dan tekstil memindahkan pabriknya ke wilayah-wilayah dengan upah lebih murah di sekitar Jawa Barat, Jawa Tengah atau Jawa Timur. Praktik relokasi menimbulkan masalah bagi buruh maupun serikat buruh dan merusak pasar tenaga kerja. Jika perusahaan pindah ke lokasi dengan upah lebih rendah, tidak ada jaminan bahwa perusahaan tersebut akan lebih patuh. Di Subang dengan upah buruh lebih rendah dari Jabodetabek, 1700 buruh PT Hansoll Hyun ditinggal kabur pemilik perusahaan. Di wilayah yang sama, PT SJ Mode, ribuan buruh upahnya tidak dibayarkan.

Relokasi adalah salah satu penjelas jumlah keanggotaan serikat buruh menurun. Pada 2013, total serikat buruh tingkat pabrik mencapai 11.852 serikat buruh dengan jumlah anggota 3,4 juta orang. Jumlah serikat buruh dan keanggotaanya menurun pada Agustus 2018 menjadi 7.294 serikat buruh dengan 2,7 juta anggota pada Agustus 2018.

***

Diperlakukan tidak manusiawi para buruh melawan. Di berbagai lokasi, serikat-serikat buruh mempertahankan kehormatan dan martabat mereka sebagai manusia. Di Tangerang Banten, ratusan buruh perempuan pembuat sepatu Adidas dan Mizuno, lebih dari 6 tahun berjuang menuntut tanggung jawab pemilik perusahaan dan pemilik merek. Mereka menggelar aksi piket mingguan di depan pabrik dan melaporkan kasusnya ke Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) serta Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (OECD). Setiap hari menggunakan media sosial untuk mengampanyekan kasus mereka.

Sejak pabrik tutup pada 2014, buruh-buruh PT Jaba Garmindo Tangerang berjuang menuntut tanggung jawab pemilik merek, Uniqlo. Ada pula buruh Shinwoon Ebenener Karawang, yang hampir setahun berjuang. Buruh Hansoll Hyun Subang masih mempersoalkan hak-hak mereka.

Di antara cerita perlawanan terhadap relokasi adalah gerakan ‘No Chains’ atau ‘Tanpa Rantai’ perusahaan-perusahaan yang ditinggal kabur dikelola oleh para buruh. ‘No Chains’ merupakan jaringan solidaritas buruh di Thailand, Argentina, Filipina, Indonesia, dan Hong Kong, yang dibentuk pada 2009. Cerita dari Argentina dimulai pada 2002, ketika pabrik-pabrik ditinggal kabur oleh para pemiliknya, sementara para politisi berebut kekuasaan. Para buruh berembug dan memutuskan mengoperasikan pabrik. Pengoperasian pabrik, pembagian kerja termasuk pembayaran upah dibicarakan bersama-sama. Mereka menyebut diri La Alameda. Di Thailand kejadiannya sama. Pabrik garmen ditinggal kabur para pemiliknya, pada 2002. Mereka memutuskan mengelola pabrik secara demokratis. Pabrik tanpa bos. Para buruh di Thailand menyebutnya, Dignity Return.

Praktik yang mirip pernah terjadi di Jakarta Utara, pada 2007. Pabrik ditinggal kabur pemiliknya. Dari 1000 buruh hanya bertahan 85 buruh. Dalam dua tahun para buruh mencoba mengelola pabrik secara bersama-sama.

Mengenai cerita pengelolaan pabrik di Thailand dan Argentina dapat dilihat di bawah ini:
Dignity Return:
https://www.youtube.com/watch?v=5zfNhLH0-0E
La Alameda
https://www.youtube.com/watch?v=5zfNhLH0-0E

***

Lumrah diketahui, pabrik-pabrik garmen, tekstil dan sepatu mengalami pelanggaran hak buruh. Namun, dalam kondisi 'normal' biasanya buruh jarang bersedia mengatakan praktik pelanggaran hak-hak buruh di dalam perusahaan. Jika ada orang tidak dikenal atau dicurigai auditor menanyakan kondisi di dalam tempat kerja akan berusaha ditutupi. Semuanya baik-baik saja. Dalam kondisi demikian, serikat buruh mengalami kesulitan mengajak para anggota terlibat dalam kegiatan-kegiatan diskusi atau sekadar berkumpul di sekretariat. Sebaliknya, dalam kondisi 'tertimpa kasus' biasanya buruh tidak terlalu sulit berkumpul, bahkan rela mengunjungi sekretariat serikat buruh.

Dalam kondisi 'normal' para pengurus serikat buruh ditantang untuk memikirkan berbagai metode pendidikan dan pengorganisasian. Kesulitan berkumpulan harus diletakan dalam konteks beban pekerjaan dan waktu kerja. Untuk itu karakter program serikat buruh harus mempertimbangkan konteks tersebut. Perlu pula mempertimbangkan jenis program yang menghargai buruh berkeluarga dan buruh perempuan.